विवरण

क्रम संख्या	दूरदर्शन द्वारा प्रसारित कमी-शन्ड धारावाहिक
1.	सद्गति
2.	दा
3.	जेवर
4.	तसवीर अपनी-अपनी
5.	आदमी और औरत
6.	गोकुल
7.	रंग
8.	दिल एक मुसाफिर
9.	कागज की नाव
10.	वक्त की आवाज
11.	न भूले हैं न भूलेंगे
12.	खामोशी के दायरे
13.	सौगात
14.	सौपान
15.	आरती
16.	पिकनिक
17.	देना पावना
18.	मैली सुगन्ध
19.	अकांक्षा
20.	बन्नड़ बेप
21.	जहर-ए-इश्क
22.	इन व्हिच एन्नी गिब्स इट दोज आन
23.	दासी
24.	दूसरा कदम
25.	टू टू
26.	दीदी
27.	शीमाना
28.	विवेक
29.	रिश्ते
30.	छउआ
31.	थारासु
32.	संदेश
33.	आखिरी खबर
34.	एक साधारण आदमी
35.	नया जीवन
36.	महेक

आकाशवाणी और दूरदर्शन की विश्वसनीयता

1411. **श्रीमती वीणा वर्मा :**

श्री कपिल वर्मा :

क्या **प्रधान मंत्री** यह बताने की कृपा करेंगे कि :

(क) क्या यह सच है कि आकाशवाणी और दूरदर्शन की विश्वसनीयता कम होती जा रही है ;

(ख) यदि हां, तो उसके क्या कारण हैं ;

(ग) यदि नहीं, तो क्या यह सच है कि जब कोई राष्ट्रीय समस्या उत्पन्न होती है तो लोग वास्तविकता जानने के लिए बी०बी०सी० और अन्य विदेशी एजेंसियों को सुनते हैं ; और

(घ) सरकार द्वारा इस दिशा में सुधार करने के लिए क्या कदम उठाये गये हैं ?

गृह मंत्रालय में राज्य मंत्री तथा सूचना और प्रसारण मंत्रालय में राज्य मंत्री (श्री सुबोध कान्त सहाय) : (क) जी नहीं।

(ख) यह सवाल पैदा ही नहीं होता।

(ग) और (घ) आकाशवाणी और दूरदर्शन का यह सतत प्रयास है कि समाचारों को समाचार नीति और मार्ग-निर्देशों के अनुसार, समाचारिकता और समाचारिक महत्व को देखते हुए प्रस्तुत किया जाय।

दूरदर्शन के विज्ञापनों का जनता के लिए उपयोगी न होना

1412. **श्री कपिल वर्मा :**

श्रीमती वीणा वर्मा :

क्या **प्रधान मंत्री** यह बताने की कृपा करेंगे कि :

(क) क्या यह सच है कि विज्ञापन दूरदर्शन की आय का प्रमुख स्रोत है ;

यदि हां, तो गत तीन वर्षों में इसकी आय का ब्यौरा क्या है ;

(ख) क्या यह सच है कि दूरदर्शन सूचना ज्ञान और जन चेतना का साधन बनने के बजाय बहुराष्ट्रीय निगमों और पूंजीपतियों का औजार बन गया है ; और

(ग) बहुराष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा प्रायोजित विज्ञापनों से करोड़ों लोगों को जिनके पास क्रय-शक्ति नहीं है क्या प्रयोजन सिद्ध होता है ?

गृह मंत्रालय में राज्य मंत्री तथा सूचना और प्रसारण मंत्रालय में राज्य मंत्री (श्री सुबोध कान्त सहाय): (क) जी, हां। दूरदर्शन द्वारा पिछले तीन वर्षों के दौरान अर्जित सकल विज्ञापन आय का ब्यौरा नीचे दिया गया है :—

वर्ष	राजस्व
1987–88	136.30 करोड़ रुपये
1988–89	161.26 करोड़ रुपये
1989–90	210.13 करोड़ रुपये

(ख) जी, नहीं ।

(ग) दूरदर्शन, दर्शकों की क्रय शक्ति के अनुरूप नाना प्रकार के उत्पादों, वस्तुओं और सेवाओं के लिए विज्ञापन का मंच है। इन विज्ञापनों का दूरदर्शन की वाणिज्यिक विज्ञापन संहिता के द्वारा विनियमन किया जाता है। विज्ञापनों से प्राप्त आमदनी का कुछ हिस्सा कार्यक्रमों की गुणवत्ता में सुधार लाने और नेटवर्क के विस्तार करने के लिए काम में लाया जाता है ।

Doordarshan Kendras in North Eastern Region without Telephone Connections

1413. SHRI SUKOMAL SEN: Will the PRIME MINISTER be pleased to state:

(a) whether it is a fact that most of the Doordarshan Kendras in the North Eastren Region are not provided with telephone line;

(b) if so, what are the names of these Kendras;

(c) by when the said Kendras are likely to get telephone line;

(d) whether it is also a fact that most of the Kendras are in remote places; and

(e) if so, the details thereof?

THE MINISTER OF STATE IN THE MINISTRY OF HOME AFFAIRS AND[1] THE MINISTER OF STATE IN THE MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING (SHRI SUBODH KANT SAHAY); (a) to (c) Most of the Doordarshan Kendras in the North Eastern region are provided with telephones with the exception of the low power transmitting centres at Goalpara and Dimapur. Telephone connections for these two centres have since been sanctioned and booked with the Department of Telecommunications.

(d) and (e) It is a fact that a number of Doordarshan Kendras, mainly the very low power transmitting centres installed in the North Eastern region, are located in remote areas. A statement giving details of such centres is enclosed *(See* below).

Statement

Distances of IV Centres in North East region from the respective cities:

TV Centre	Distance from the city
1. TV Centre, Guwahati	within town
2. HPT, Dibrugarh. . . .	. 7 KMS.